

повний контроль фінансових потоків, географічне поширення свого готельного бренду, контроль стандартів надання послуг.

Іншим методом побудови готельних мереж є управління. Управління готелями, якими не володіє власник мережі може приймати самі різні форми залежно від початкових кондицій і спрямувань тієї і іншої сторони. Управління може бути консалтинговим, маркетинговим, трастовим, як форму управління розглядають також і оренду. Головною характеристикою управління є той факт, що обидві сторони стають переважно рівноправними партнерами, від взаємних і злагоджених дій яких залежить і загальний кінцевий результат.

Третім методом утворення мереж є франчайзинг, що є виключно технічним шляхом для побудови готельної мережі. Франчайзинг ґрунтується на сильному бренді і чіткому, прорахованому і працездатному комплексі технологій і стандартів, бізнес-процесів, зв'язків з постачальниками і все тим, що створює і формує модель готового бізнесу. Такий підхід можна застосовувати, по суті, майже до будь-якого готельного об'єкту, що майже співпадає з вимогами оператору.

Але на фоні всіх доволі привабливих умов створення готельних мереж в Україні не можливо відмітити бурхливий розвиток мереж. Особливо це стало помітно після 2012 р, коли було проведено чемпіонат Європи з футболу в Україні і необхідність в великій кількості готелів різко зникла. Також слід відзначити і інші проблеми, що перешкоджають розвитку готельних мереж.

## **КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ**

***Турченко О.В.***

*Науковий керівник – Богдан Н.М., канд. екон. наук, доцент*

Фінансова діяльність підприємств у всіх її формах пов'язана з численними ризиками, ступінь впливу яких на результати цієї діяльності та рівень фінансової безпеки істотно зростає в даний час. Ризики, що супроводжують господарську діяльність підприємств і генеруючі фінансові загрози, об'єднуються в особливу групу фінансових ризиків, що відіграють найбільш істотну роль у загальному «портфелі ризиків» компанії. Готельна діяльність пов'язана із величезною кількістю фінансових ризиків, бо сфера туризму досить чутлива до впливу негативних факторів зовнішнього середовища та має велику ризиковість втрати прибутку за рахунок низького завантаження готелю.

Істотне зростання впливу фінансових ризиків туристичної компанії на результати господарської діяльності викликано нестабільністю

зовнішнього середовища: економічної ситуації в країні, появою нових інноваційних фінансових інструментів, розширенням сфери фінансових відносин, мінливістю кон'юнктури фінансового ринку і рядом інших факторів. Тому ідентифікація, оцінка та відстеження рівня фінансових ризиків є одним із актуальних завдань у практичній діяльності фінансових менеджерів.

В якості вихідної інформації при оцінці фінансових ризиків використовується бухгалтерська звітність підприємства: бухгалтерський баланс, що фіксує майнове і фінансове становище організації на звітну дату; звіт про прибутки і збитки, що становить результати діяльності за звітний період.

Основні фінансові ризики, оцінювані підприємствами:

- 1) ризики втрати платоспроможності;
- 2) ризики втрати фінансової стійкості і незалежності.

Показники оцінки фінансового стану підприємства мають бути такими, щоб усі ті, хто пов'язаний із підприємством економічними відносинами, могли одержати відповідь на запитання, наскільки надійне підприємство як партнер у фінансовому відношенні, а отже, прийняти рішення про економічну доцільність продовження або встановлення таких відносин з підприємством. У кожного з партнерів підприємства – акціонерів, банків, податкових адміністрацій – свій критерій економічної доцільності. Тому й показники оцінки фінансового стану мають бути такими, щоб кожний партнер зміг зробити вибір, виходячи з власних інтересів.

Відтак необхідно систематично, детально і в динаміці аналізувати фінанси підприємства, оскільки від поліпшення фінансового стану підприємства залежить його економічна перспектива. У цілому в таблиці міститься 61 показник, призначений для детальної та всебічної оцінки фінансового стану підприємства. Залежно від мети та завдань аналізу в кожному конкретному випадку вибирають оптимальний саме для цього випадку комплекс показників та напрямків аналізу фінансового стану підприємства.

Слід підкреслити, що всі показники фінансового стану підприємства перебувають у взаємозв'язку та взаємозумовленості. Тому оцінити реальний фінансовий стан підприємства можна лише на підставі використання певного комплексу показників з урахуванням впливу різних факторів на відповідні показники.

Враховуючи різноманіття фінансових процесів, множинність показників фінансової стійкості, різниця у рівні їх критичних оцінок, яка складається ступінь відхилення від них фактичних значень коефіцієнтів і виникають у зв'язку з цим складнощі в загальній оцінці фінансової

стійкості підприємств, проводиться інтегральна бальна оцінка. Одним з аналітичних методів дослідження ризиків є метод оцінки ризику на основі інтегрального показника, запропонований М. М. Внуковою і В. А. Смоляк. Суть методу в тому, що при наявності фінансової звітності, а саме: Балансу підприємства і Звіту про фінансові результати можна здійснити процедуру оцінки ризику діяльності підприємства. В основі методики – основні положення фінансового аналізу викладені в «Аналізі фінансової звітності» О. Кононенко та О. Маханько.

Присвоєння балів отриманому номінальному значенню показника пропонується здійснювати, виходячи з відповідності (або невідповідності) отриманого значення показника нормативному та його зміни в динаміці. На основі розрахованих показників визначається інтегральний показник фінансового ризику. Для оцінки загального рівня ризику необхідно обчислення величини інтегрального показника ризику.

Вибір бальних значень (0, 1, 2, 3) обумовлений тим, що при бальних оцінках кожен бал повинен чітко відрізнятися від наступного логікою оцінюваного параметра, але допустимо використання та проміжних значень в компромісних випадках, якщо такі є.

Таким чином, для найбільш точної та всебічної оцінки ризиковості фінансового стану готельного підприємства найбільш доцільним є визначення інтегрального показника фінансового ризику.

## **ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В ТУРИЗМІ**

*Динько Д.М.*

*Науковий керівник – Богдан Н.М., канд. екон. наук, доцент*

В сучасних умовах посилення конкуренції та глобалізації бізнесу, коли ринок виробника замінений ринком споживача, особливо важливо для організацій туризму забезпечити конкурентоспроможність своїх послуг. Значною мірою вона залежить від якості самих послуг, але такої якості, що визначається споживчим попитом.

Саме тому сталість функціонування туристичних організацій багато в чому залежить від їх реакції на швидко мінливі запити споживачів, постійного впровадження інновацій в процеси проектування нових послуг, їх просування на ринок і реалізації.

Прагнення до швидкої дії в процесі аналізу зовнішнього середовища і обслуговування клієнтів є в сучасних умовах важливим фактором підвищення конкурентоспроможності туристичних організацій, що змушує їх все в більшій мірі використовувати сучасні інформаційні технології.